



A queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no contexto do Folkturismo como estratégia para o desenvolvimento local ¹

Flávio Menezes Santana ²
Severino Alves de Lucena Filho ³

Resumo

A relação estreita entre mídia, turismo e cultura popular expandiu o olhar dos discípulos de Luiz Beltrão, que a partir da Folkcomunicação, teoria genuinamente brasileira, observaram a apropriação dos bens culturais como meios de atração turística através de meios de informação e comunicação. Elementos da produção local como manifestações culturais, religiosas e gastronômicas passam a se tornar produtos vendáveis que impactam principalmente na economia da região. Dessa forma, esta pesquisa tem por base apontar a Queijada de Dona Marieta como elemento folkturístico na cidade de São Cristóvão, como estratégia para o desenvolvimento local. A contribuição deste debate consiste em fortalecer o reconhecimento da teoria beltraniana, bem como expandir os olhares dos discípulos de Luiz Beltrão.

Palavras-chave: Folkturismo; Queijadinha; São Cristóvão; Turismo;

Introdução

A cidade de São Cristóvão, quarta cidade mais antiga do Brasil estabelece-se como cidade histórica pois mantém viva sua história caracterizada pela arquitetura ibérica e ricas tradições, acumuladas ao longo das lutas e batalhas, as quais deram a Portugal domínio massivo pelo seu território.

Resquícios dos seus colonizadores permeiam em São Cristóvão na contemporaneidade, uma herança que pode ser percebida principalmente pela gastronomia local, que apresenta um belo espetáculo de gostos, cheiros e cores, atraindo sergipanos e turistas dos mais diversos lugares.

Dentre os traços históricos de São Cristóvão, destaca-se a queijada, ou queijadinha, como é conhecida por muitos. Trata-se de um doce típico de Portugal, que foi reformulado durante o processo de colonização devido a falta do queijo. Diante disso, esse

¹ Trabalho apresentado no II Simpósio Internacional de Gestão da Comunicação, Cultura e Turismo (SINCULT 2017), realizado em Salvador, Bahia, Brasil, nos dias 29, 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017.

² Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Tiradentes – UNIT/SE. E-mail: ms.flaviosantana@hotmail.com

³ Pesquisador da Rede Brasileira de Folkcomunicação - Professor Pós Doutor do curso de turismo da Universidade Federal da Paraíba - FFPB e do Programa de Pós-Graduação do POSMEX - Universidade Federal Rural de Pernambuco. E-mail: recifrevo@uol.com.br



doce foi inserido como patrimônio imaterial da cidade sergipana e hoje é uma atração turística.

Assim como as manifestações culturais, Schlüter (2003) destaca que a gastronomia foi incorporada como patrimônio histórico pela dimensão social e cultural, possibilitando assim que a mesma ganhasse importância na atração turística. Dessa forma, destaca-se o papel econômico do turismo que tem dado oportunidade a cultura popular, se apropriando e incorporando-as em seus roteiros atrativos.

Considerando o aspecto comercial do turismo, entende-se que manifestações como a queijada ainda são reproduzidas por boa parte dos seus praticantes, e na sociedade contemporânea sofrem mudanças através do tempo, dando conta de ressignificações que é comum em qualquer prática cultural. Essa foi a observação inicial de Luiz Beltrão (1918-1986), que possibilitou que nascesse a teoria da Folkcomunicação, trabalhada pela primeira vez na década de 60 e que tem por objetivo, estudar a comunicação dentro das comunidades populares, envolvendo manifestações como grupos, danças, folhetos, artesanato, culinária e religiosidades populares.

A partir de novos olhares dessa teoria, novos pesquisadores abrangeram as pesquisas relacionadas a cultura popular e deram uma nova abordagem denominada de Folkturismo, na qual observa-se a busca da prática turística em dar visibilidade a cultura popular, principalmente através de ferramentas da comunicação e da informação com aspectos e intenções meramente comerciais. Dessa forma, o presente trabalho busca através de um estudo de caso, apontar a Queijadinha de Dona Marieta como elemento Folkturístico na cidade de São Cristóvão, buscando também mostrar como a iguaria contribui para o desenvolvimento local.

A contribuição deste debate tem por obrigação ressaltar a importância dessa iguaria na cidade história sergipana, assim como colaborar para o reconhecimento da teoria beltraniana bem como expandir os olhares dos discípulos de Luiz Beltrão.

A cidade histórica de São Cristóvão

As margens do rio Paramopama, afluente do Vaza-Barris, encontra-se São Cristóvão, cidade de aproximadamente 88.118 habitantes segundo dados estimados do IBGE⁴

⁴ Estimativa da população de São Cristóvão em 2017. IBGE Cidades. Disponível em <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?codmun=280670>>. Acesso em 15 de agosto de 2017.



e está localizada a 26 km da capital Aracaju. Conhecida como cidade histórica de Sergipe foi a primeira capital do estado. Possui uma realidade peculiar a outras cidades históricas como história, arquitetura, cultura, religião e arte e é a quarta cidade mais antiga do Brasil.

São Cristóvão hoje reflete um processo de construção tardio e cheio de lutas e conquistas. Sua arquitetura, fator importantíssimo na sua história, possui traços das cidades ibéricas que participaram do seu processo de colonização. Hoje como cidade histórica está entre os sítios urbanos tombados⁵ do Brasil. Silva (2004) aponta uma forte presença do cenário europeu nas cidades do interior, e algumas características originadas de colônias de imigrantes como por exemplo o artesanato, a hospedagem confortável e a culinária.

O período colonial em Sergipe foi muito próximo ao restante do Brasil e sofreu consequências devido a colonização tardia do país. Como explica Freire (1977, p. 67),

Portugal [principal responsável pela descoberta das terras brasileiras] deixou-se preocupar em excesso pelo comércio das índias, deixando que se passassem trinta e tantos anos, para iniciar a colonização do Brasil, cujo processo foi idêntico ao que já tinha adotado na Madeira e nos Açores - capitânicas hereditárias, com ampla jurisdição no cível e no crime.

Durante sua colonização, Sergipe viveu sob condições desfavoráveis, e a cidade de São Cristóvão foi colonizada inicialmente do Sul até o leste e o oeste. Inicialmente, o local era habitado por índios Tupinambás em sua grande maioria. De acordo com Secretaria de Estado da Cultura e Meio ambiente de Sergipe (1989), o desinteresse na colonização das terras permitiu que o território sergipano fosse invadido por elementos estrangeiros em busca de riquezas naturais.

O território de Sergipe então passou a ter grandes tentativas de conquista por parte da Coroa portuguesa. A primeira delas foi instalar o padre Gaspar Lourenço e o irmão João Salônio em 1575. Os jesuítas formam os primeiros habitantes a se fixarem no território sergipano e com a catequização, as missões de São Tomé e a primeira escola sergipana de nome Santo Inácio foram fundadas.

Segundo a Secretaria de Estado da Cultura e Meio ambiente de Sergipe (1989, p. 18), “o objetivo dos padres era efetuar uma conquista pacífica através da catequese, embora inicialmente os índios os tenham recebido com muita desconfiança temendo o cativo,

⁵ No Brasil há 13 bens culturais tombados como Patrimônio Cultural da Humanidade pela entidade na lista de 1.031 sítios com o reconhecimento.



porém, com a sua dedicação, não tardou em se tornar querido e obedecido pelos habitantes das aldeias”.

Porém, um ano depois o rei de Portugal D. Sebastião ordenou que se iniciassem as lutas entre os indígenas. Então, sem conseguir lançar boas bases da colonização, o campo ficou mais favorável para investidas dos franceses. E depois de muitas lutas, Cristóvão de Barros foi enviado por Felipe I (espanhol que reinava Portugal na época), conquistando definitivamente as terras que hoje pertencem a Sergipe.

Imbuído pelo sentimento de vingança [Cristóvão de Barros], reuniu importante exército à frente do qual seguiu por mar, antes porém mandou por terra um grande contingente militar. Nas proximidades do Rio Sergipe empreendeu combate ao temido e valoroso chefe Baepebra, no qual os portugueses saíram vitoriosos" (SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA E MEIO AMBIENTE DE SERGIPE, 1989, p. 18).

Essa conquista possibilitou a Cristóvão de Barro fundar um Arraial nomeado de São Cristóvão, em homenagem ao Santo do seu nome. Assim, com terras sergipanas conquistadas em 1º de janeiro de 1590, fundava-se a cidade de São Cristóvão.

Inicialmente São Cristóvão era localizada na Barra do Rio Poxim, ao lado da foz do Rio Sergipe (Continguiba atualmente), mas devido aos ataques franceses na tentativa de reconquistar o território, a cidade passou por uma série de mudanças até se firmar no local onde se encontra hoje.

Diante do processo de luta pela conquista do território Sergipano e de São Cristóvão, principal foco inicialmente para abordar esta pesquisa, Portugal consegue, enfim, dominar totalmente o território e conseqüentemente proporcionar grande parte das características que a cidade histórica possui hoje. Com um processo de construção e reconstrução torna-se mais simples entender o as riquezas conquistadas em seu território. É importante destacar também que a colonização foi fator importantíssimo para a construção não só de São Cristóvão, como também em todo o Brasil.

Então, através do Decreto Lei Nº 94, de 22 de junho de 1938, São Cristóvão foi elevada à categoria de Monumento Histórico e atualmente concentra um espaço de grandes riquezas originais buscando sempre manter suas expressões através da cultura local, que aborda as manifestações culturais e religiosas, bem como a culinária portuguesa que sofreu grande influência dos negros no período colonial.



A queijadinha de Dona Marieta

Como já abordado anteriormente, foi preciso passar mais de trinta anos para que Portugal implementasse sua política de colonização no Brasil, e em Sergipe não foi diferente. Porém, mesmo que isso tenha sido o problema, ainda assim a nação foi responsável pela colonização em maior parte do Brasil e deixou grandes heranças culturais, principalmente porque foi essa mesma colônia que possibilitou a hibridização cultural de três culturas diferentes: a ameríndia, a africana e a europeia.

Antes de tudo, é importante destacar que Portugal se constitui como nação amplamente rica em doces e "é um documentário etnográfico tão amplo, preciso e claro como uma exposição de Arte Popular, numa galeria sedutora e autêntica de todas as obras de artesanato nacional" (CASCUDO, 2014, p. 303). Como principal colonizador, sua herança permeia em quase todo o Brasil, tornando a culinária uma das suas grandes influências.

Segundo Freyre (2007) a chegada dos negros trazidos da África não se resumiu a extração de cana-de-açúcar. Muito embora exista uma rica diversidade de ingredientes, observa-se que na sociedade brasileira como um todo, Portugal provocou maior domínio na culinária, afinal foram as mulheres portuguesas que ensinaram às negras mucamas a cozinhar na casa-grande.

Cascudo (2014) menciona que a alimentação brasileira reúne elementos indígenas e portugueses, tornados africanos. Inclusive os pratos vindos da África foram reelaborados no Brasil com os elementos locais. Na alimentação portuguesa não foi diferente. A mucama cozinheira aproveitou os elementos próximos e adicionou novos componentes, alguns deles vindos da África.

Freyre (2007) esclarece também que a culinária foi um traço de grande importância que referencia a cultura negra na economia e na vida doméstica do brasileiro, uma solução sul-americana que possibilitou a associação da escravaria a família do colonizador, como destaca Cascudo (2014).

Dentro da extrema especialização de escravos no serviço doméstico das casas-grandes, reservaram-se sempre dois, às vezes três indivíduos, aos trabalhos de cozinha. De ordinário, grandes pretalhonas; às vezes negras incapazes de serviço bruto, mas sem rivais no preparo de quitutes e doces. [...] Foram estes os grandes mestres da cozinha colonial; continuavam a ser os da moderna cozinha brasileira. Inclusive da doçaria (FREYRE, 2007, p. 193).

Diante dos apontamentos destacados acima, observa-se que a culinária se tornou um importante fator cultural, afinal a alimentação de um povo reflete nos seus modos de viver. Todas as regiões brasileiras possuem suas peculiaridades gastronômicas e conforme afirma Freire (2007), o Nordeste canavieiro é a região mais rica em doces e bolos. Em São Cristóvão especificamente, os traços híbridos na culinária hoje ganham destaque. Atualmente, diante dos seus aspectos históricos que chamam atenção, a queijada é um dos principais doces trazidos pelos portugueses.

A arte de fazer queijadas é quase tão antiga quanto a cidade de São Cristóvão. Denominada assim porque originalmente era feita com queijo, ingrediente de difícil acesso na época, mas que acabou sendo substituído pelo coco, elemento abundante no litoral do Nordeste do Brasil. Foram trazidas pelos portugueses no início da colonização de São Cristóvão e é considerado uma herança dos escravos da cidade porque foram eles os responsáveis pela modificação.



Figura 1: Massa pronta para ir ao forno.

Figura 2: Forno de barro.

Fonte: Flávio Santana

Em opinião formada, Freyre (2007), deixa a claro a importância da negra na culinária brasileira quando afirma que há comidas que só são saborosas se feitas por mãos negras. Assim, a presença da negra na cozinha brasileira era indispensável e regular, como complementa Cascudo (2014). Inclusive era uma ocupação natural e própria.

A escrava negra chegada ao Brasil, desde as primeiras levas africanas no século XVI, já era cozinheira, fosse qual fosse a região originária onde fosse arrancada. Compete-lhe, como à mulher indígena, os mesmos labores culinários e os mesmos segredos do bom gosto. No cativeiro continuaria a tarefa milenar, para o marido e os filhos. Depois para o senhor, aprendendo com as armas portuguesas e suplantando-as pela diversidade dos temperos que soube manejar. A cozinheira negra seria a defensora inicial e poderosa

da culinária afriacana, avançando insensivelmente na divulgação dos seus quitutes agora modificados pelos elementos surpreendentes da flora indígena e formulário da tradição portuguesa (CASCUDO, 2014, p. 836-837).

A tradição no preparo da queijadinha ou queijada, como também é conhecida, ainda hoje é perpetuada por Dona Marieta Santos, descendente de negros, 74 anos, bisneta de uma escrava que foi trazida para São Cristóvão no período da escravidão. Segundo ela, sua bisavó viveu durante o período de colonização de São Cristóvão onde havia a tradição de fazer queijada. Segundo Cascudo (2014), naquela época era pouca a presença do coco nas receitas portuguesas.

Na África, o português é consumidor parcimonioso do coco e sua doçaria nacional não lhe é muito acolhedora. No *Doces portugueses*, excelente caderno de receitas essenciais, compendiadas por Maria do Minho (430), o coco figura sete vezes em 130 fórmulas (CASCUDO, 2014, p. 594).

Em um espaço onde os curiosos podem ver de perto a produção de queijadas, composto por elementos de grande importância na produção, como o forno de barro a lenha por exemplo, mantém a tradição do doce preservada.

Doceira desde os cinco anos de idade, Dona Marieta é a mais tradicional doceira de queijada de São Cristóvão. A produção acontece durante todas as épocas do ano e sua história se resume a produção desse doce com a finalidade de sustentar a sua família. Todos os dias ela acorda às quatro da madrugada para ascender o forno a lenha e começar os preparativos para a produção.



Figura 3: Queijadinhas recém-saídas do forno.



Figura 4: Marieta Santos preparando as queijadas

Fonte: Flávio Santana

O fato folclórico é visto como algo espontâneo, uma das suas principais características apresentada por Benjamin (2007). Neste sentido entende-se que fatos e manifestações folclóricas nascem na comunidade a partir da criação do povo relacionados a suas tradições, e inclusive com elementos de outras culturas a depender da aceitação coletiva⁶. Essa característica atesta a produção de queijadas, já que após o período da escravidão em São Cristóvão, grande parte dos negros eram produtores com um único intuito: sustento.

Dona Marieta sobrevive com a vendas desse doce desde os cinco anos de idade e já adulta criou os irmãos em uma casinha de palha na beira da Maré, área que concentra grande pobreza de São Cristóvão. Desde então nunca deixou de perpetuar a tradição das suas descendentes. Esse fato pode ser atestado quando Cascudo (2014) aponta que naquela época era muito comum as mulheres fazerem seus bolos e doces e ensinar a técnica para as filhas e as netas para estas, continuarem a perpetuar a tradição. Uma técnica que segundo Freyre (2007), as negras mantinham em segredo e não desvendavam para as sinhás brancas.

As negras de tabuleiro e de Quintanda como que guardam maçonicamente segredos que não transmitem às sinhás brancas do mesmo modo que, entre as casas ilustres, umas famílias vêm escondendo das outras receitas de velhos bolos e doces que se conservam durante anos especialidade ou segredo ou singularidade de família. Daí o fato que sucederam gerações de quituteiras quase como gerações de artistas da idade Média: donas de segredos que não transmitem aos estranhos (Freyre, 2007, p. 191).

Há mais de uma década Dona Marieta mudou-se para outro espaço que fica localizado na parte alta de São Cristóvão, que possibilite assim maior visibilidade para o doce histórico. Essa ação foi promovida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Assim, na época de festas a queijadinha passou a ser ainda mais requisitada.

Em determinadas épocas, uma parte das queijadas é entregue para alguns dos filhos ou netos de dona Marieta venderem em alguns pontos estratégicos de São Cristóvão, como por exemplo na Universidade Federal de Sergipe, localizada próximo a capital sergipana. E além das vendas em sua residência, a queijadinha é comprada por uma padaria de Aracaju, na qual é revendida por um preço mais alto.

⁶ De acordo com Benjamin (2007), a aceitação coletiva é uma das características do fato folclórico que explica a aceitação de agrado coletivo na prática generalizada.



Turismo, mídia e cultura popular

Gastal (2001) apresenta cultura como prática que simboliza o que já foi vivido no passado, a partir dos pressupostos de Bosi (1992) sendo assim, conhecimento acumulado por determinado grupo. Apresentando uma noção do fazer, as atividades já praticadas um dia, seja na forma do conhecimento adquirido por viver no campo, no domínio da natureza, ou criação do computador e da pizza, a sociedade evoluiu em diferentes momentos e níveis de conhecimento. Assim, a palavra cultura passa a indicar esses processos de produção, tornando-se “[...] sinônimo de erudição – e, de preferência, de acúmulo do saber produzido nos centros hegemônicos europeus” (GASTAL, 2001, p. 118).

Para Lucena Filho (2003, p.111), cultura significa "comunicar o jeito de ser de uma comunidade, estabelecendo ligações com a história que a originou, expressos no seu mosaico cultural formado pelas danças, crenças, leitura, poesia, músicas, linguagens, gastronomia, produção artística e folclore". Dessa forma, segundo Gastal (2001), a cultura integra-se como instrumento em duas categorias profissionais:

[...] os produtores culturais, enquanto agentes responsáveis pela consecução pela de diferentes fazeres artísticos-culturais, no momento que viabilizam a :ponto-produtor-consumidor, e os profissionais do Turismo, que têm na cultura um dos componentes essenciais do seu objeto de trabalho (GASTAL, 2001, p. 121).

Conforme, Gastal (2001) o produto só faz parte de um processo cultural se ele tiver público e o turismo tem forte participação na produção da cultura pois, um fato só pode se tornar cultural quando ele puder ser visto, proporcione reflexão e influencie a outras produções.

Quando este fato não se dá espontaneamente, no complexo mundo em que vivemos, é necessária a ação do produtor cultural, que irá organizar os meios para que o teatro, a dança, a literatura e as diferentes manifestações visuais aconteçam e cheguem ao público (GASTAL, 2001, p. 127).

A cultura se configura como processo de síntese de saberes de uma determinada comunidade que gera produtos com profunda carga simbólica que poderá ser transmitido ao turista e como processo de conhecimento acumulado, se estabelece a partir das tradições que são processadas e transmitidas na contemporaneidade. Sendo assim, “passará a ser veículo de socialização entre visitantes e visitados, quando ela for um processo vivo de um fazer de uma determinada comunidade” (GASTAL, 2001, p. 127).

Esse tipo de construção pode levar a uma manifestação gastronômica, por exemplo. Dessa forma, agora é preciso “procurar aqueles objetos ou manifestações que tornam cada comunidade única” (GASTAL, 2001, p. 129).

Lucena (2003) explica através da visão de Canclini (1983) que o artesanato e as festas populares, por exemplo se tornam atrações econômicas e de lazer, importantes no desenvolvimento da prática turística e conseqüentemente do turismo em si. Pensando nisso é importante trazer o conceito da releitura da Carta do Folclore Brasileiro de 1995⁷, a qual aponta a relação entre turismo e cultura como é íntima e destaca que sua importância consiste em manter as manifestações e seus agentes vivos e ativos.

Reconhece-se que a relação folclore e turismo é uma realidade. O turismo pode atuar como divulgador do folclore e como fonte de recursos para o crescimento da economia local, o que pode significar melhoria da qualidade de vida das camadas populares. Esta relação, porém, precisa ser avaliada no sentido de resguardar os agentes da cultura popular das pressões econômicas e políticas.

Gastal (2001) relaciona cultura e turismo a partir de dois pressupostos. Primeiro que todo indivíduo ou este em forma coletiva possui cultura, ou seja, “produzem saberes que se manifestam em produtos que incorporam carga simbólica” (Gastal, 2001, p. 129). O segundo, parte da ideia de que a cultura não é produzida para o turista.

Cultura é um insumo turístico importante, mas é aquela cultura viva, praticada pela comunidade em seu cotidiano. Não é um espetáculo que inicia quando o ônibus dos visitantes chega, mas uma atividade que a comunidade exerce rotineiramente. Quando os visitantes chegarem, eles serão bem-vindos e convidados a, juntos, dançar, cantar, saborear o pão, aplaudir o artista (Gastal, 2001, p. 129).

Oliveira (2003) explica que o fluxo de viagens passa a significar deslocamentos por lazer logo depois da Segunda Guerra Mundial. É somente no final da década de 70 e início da 80 que o turismo aumenta e aparece no centro das atenções das pessoas, prática que se relaciona a influência dos meios de comunicação. Dessa forma, o turismo passa a se

⁷ No Brasil, os primeiros debates a respeito do folclore deram início a Carta do Folclore Brasileiro, que foi lida pela primeira vez em 1951, apresentando conceitos que possibilitou a alguns folcloristas debaterem sobre as características atribuídas ao folclore e inclusive a discordar delas. Então foi em 1995 que foi realizada uma releitura afim de melhorar o conceito de folclore.



preocupar com vendas de serviços prestados por várias empresas interligando o mundo inteiro por meio das suas atividades profissionais.

A informação, produzida em massa, chega a todos, vinda de todas as partes do planeta. As pessoas são motivadas ao consumo através do rádio, da televisão, dos jornais, das revistas e, para uma parcela da população dita globalizada, hoje, via Internet (OLIVEIRA, 2003, p. 22).

Partindo do princípio da apropriação da cultura na mídia no processo turístico, Lucena (2003) esclarece que a cultura popular, construída pela participação e pelo contato, muitas vezes se torna mercadoria sem perder sua capacidade criativa e seu cheiro de gente. Processo definido como folkturismo.

O turismo pode atuar como divulgador do folclore e como fonte de recursos para o crescimento da economia local, o que pode significar melhoria da qualidade de vida das camadas populares. Esta relação, porém, precisa ser avaliada no sentido de resguardar os agentes da cultura popular das pressões econômicas e políticas (LUCENA, 2003, p. 112)

Essa visão partiu da teoria do jornalista Luiz Beltrão intitulada de Folkcomunicação que consiste em estudar os processos comunicativos presentes nos meios populares. Nas palavras do seu criador, denomina-se de Folkcomunicação “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 61).

Apresentada pela primeira vez em 1967 essa pesquisa deu o título de primeiro doutor em comunicação a Beltrão, mas só foi aprimorada anos mais tarde, quando Beltrão lançou novos olhares para os grupos marginalizados.

Depois do seu legado, os seguidores de Beltrão conseguiram ampliar os horizontes para os objetos de estudo que a Folkcomunicação poderia alcançar. Assim, esses novos pesquisadores da área não só conseguiram perceber a presença de elementos folkcomunicacionais em outros tipos de objetos como também conseguiram inverter o sistema folk no qual agora a mídia se apropria das classes populares.

Os discípulos de Luiz Beltrão ampliaram o seu raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, não se limitando a analisar os fenômenos da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos, ou seja, pesquisando a apropriação de bens



da cultura popular pela indústria cultural (tanto em meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo) (MELO, 2008, p. 24).

Desse modo, o folkturismo configura-se como uma nova abrangência da folkcomunicação e como destaca Melo (2008), o pensamento de Luiz Beltrão conseguiu atravessar fronteiras alcançando visibilidade em todo território nacional, conquistando novos seguidores e discípulos que seguem sua mesma trilha aprofundando e atualizando os postulados da folkcomunicação.

Metodologia

Como mencionado anteriormente este trabalho tem por finalidade analisar a queijadinha de Dona Marieta dentro do contexto do Folkturismo e do desenvolvimento local, portanto é preciso conhecer o assunto a ser tratado. Assim, Gil (2002, p. 17) diz que pesquisa significa “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

E como complementa ele, o investigador identifica que não há informações suficiente para que explique e responda ao problema questionado. Assim, a presente pesquisa vai partir de uma investigação bibliográfica, pois segundo Gil (2008) o estudo bibliográfico possibilita ao investigador saber mais sobre o assunto através de materiais que abordam o assunto estudo e que já forma elaborados por outros autores, como por exemplo, livros, artigos, monografias, entre outros.

Porém, como o objeto de estudo desta pesquisa ainda não tem grande referencial teórico, torna-se essencial coletar dados a partir de entrevistas e apura-las. Para Gil (2008), a entrevista significa uma técnica que o investigador prepara perguntas que possam lhe garantir a obtenção de informações necessárias para uma investigação.

Portanto, foram entrevistadas a Dona Marieta Santos, doceira e comerciante das queijadinhas e sua filha Marta Angélica Santos que atualmente acompanha na produção do doce. Além delas, também foi necessário manter conversas informais com turistas e pessoas que já presenciaram a produção e a venda das queijadas de Dona Marieta para assim entender os principais motivos que os levaram a São Cristóvão. Todas as informações foram coletadas durante o mês de agosto de 2017.

Com base nas informações expostas, busca-se então fazer um estudo de caso que por sua vez pretende posicionar o pesquisador em um “[...] estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados” (GIL, 2002, p. 54).

E por fim, quanto a análise, essa pesquisa preocupa-se com o método qualitativo na qual “torna-se possível descrever com precisão fenômenos tais como atitudes, valores e representações e ideologias contidas nos textos analisados” (GIL, 2002, p. 90).

A queijadinha a partir do Folkturismo como estratégia para o desenvolvimento de São Cristóvão

Apesar de parecer um simples doce, a queijada possui grande valia para a cidade de São Cristóvão, afinal seu histórico que remete a colonização portuguesa e por trazer traços típicos da região, essa tradição é perpetuada por Dona Marieta e suas ancestrais a mais de duzentos anos. Dessa forma este trabalho tem como intenção apontar a queijada com um dos principais pontos de atração turística, já que “a culinária típica da região visitada é parte irrecusável dos produtos consumidos, cujos ingredientes e modos de preparo têm histórias para serem contadas desde suas origens” (SIGRIST, 2007, p. 87).

Mas antes de adentrar no mérito da questão, é preciso trazer a este estudo alguns apontamentos que podem de fato nortear esta análise. Para tanto faz-se necessário destacar alguns pontos específicos que retratam o doce como elemento turístico da cidade sergipana e identificar como é efetuada essa prática contemporaneamente.

Entende-se que, cultura popular e turismo estabelecem uma relação intensa, visto que segundo Lucena Filho (2003) a partir do pensamento de Benjamin (2000), a cultura popular se constitui como atração turística motivando despertar o interesse das pessoas em conhecer determinado lugar. E o folclore se torna um dos fatores que dão as suas regiões um tom de exotismo, diferente e especial.

A mercantilização reforça aos indivíduos a interagir com outras paisagens e culturas do inusitado. Assim, a necessidade de gerar atenção aos espetáculos possibilita que as cidades se planejem e organizem suas estratégias junto as empresas de turismo como busca para o desenvolvimento, já que “a atividade do turismo de massa contemporânea exige um



esforço constante de concepção, adaptação e construção de novos espaços” (SILVA, 2004, p. 177).

Como destaca Lucena Filho (2003, p. 113),

cabe aos gestores de turismo nessas regiões desenvolverem, em parceria com os poderes públicos e a comunidade em especial, estratégias práticas fundamentadas na realidade local gerando um desenvolvimento em equilíbrio com o ambiente em sua totalidade.

Assim, São Cristóvão como cidade histórica aponta grandes pontos turísticos, além das suas manifestações culturais populares, religiosas e gastronômicas, e configura-se como um município, que segundo Silva (2004, p. 89), “[...] o turismo representa a base da economia local e principal fonte de renda para a população moradora”.

Nessa perspectiva, visando o turismo e o desenvolvimento local, as cidades históricas fazem das mídias seus principais instrumentos de comunicação, como é o caso da série de vídeos institucionais que a prefeitura de São Cristóvão preparou para divulgar as belezas da cidade, através da rede social Facebook⁸. Assim, as ferramentas como redes sociais se tornam um os principais meios para dar visibilidade a cultura popular. Gadini (2007, p. 54) aponta que

[...] o fortalecimento da modernidade acelerou a produção/circulação e consumo de bens, serviços ou produtos culturais. E esse processo está diretamente associado aos crescentes fenômenos de urbanização, derivado em especificidades típicas de expressões ou manifestações de uma cultura ‘urbana’. Algumas transformações sociais, registradas com mais ênfase a partir de final dos anos 1980, forjaram situações com impacto no campo cultural.

Portanto, o turismo se configura como ponto chave dentre os aspectos de maior importância na economia de São Cristóvão. Barreto (2005, p. 113) destaca que,

Desde os anos 60, que as cidades nordestinas, todas elas, se lançam em investimentos para dotarem as suas praias de hotéis, restaurantes, bares, equipamentos artísticos e facilidades para atração dos turistas. Para tanto, os grupos são arrancados de seus habitats, deixam as suas obrigações, e são levados como exemplares exóticos que a terra do Nordeste guarda, apesar do tempo e do progresso.

⁸ Página oficial da Prefeitura Municipal de São Cristóvão no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/prefeituraaocristovao/videos/269658023513944/>



Com base nisso, Silva (2004) aponta duas configurações distintas nas cidades históricas brasileiras. Na primeira, compreendem as capitais de estado e grandes centros urbanos que possuem mais de quinhentos mil habitantes. Na segunda, se destacam as pequenas cidades denominadas de turísticas que raramente ultrapassam os cinquenta mil habitantes.

Com base nessas configurações, conclui-se que São Cristóvão se configura como uma cidade pequena, do interior serem pequenas que possui uma imagem que se caracteriza pelo regionalismo e as tradições culturais. Assim, entende-se que as manifestações populares acabam sendo sua principal atração turística, principalmente nas épocas de festas e comemorações religiosas, atraindo turistas interessados na cultura popular. Destaca-se a festa religiosa do Senhor dos Passos⁹ que atrai diversos devotos do estado e de muitos lugares do Brasil. Nesses eventos, a queijada acaba sendo muito requisitada pelos visitantes e conseguindo um alto índice de vendas. Esse é um dos principais motivos pelos quais possibilitou ao doce ser reconhecido como patrimônio imaterial sergipano.

Schlüter (2003) explica que a gastronomia ganha mais importância e promove um destino e atrair turistas depois do uso turístico do patrimônio. Para que esses elementos sejam considerados patrimônio, esses devem ser reconhecidos e considerado como tal por agente social e conseguir adesões. Um outro ponto relevante é que apesar de haver elementos de significado escasso para determinada comunidade, o consumo do turista pode ser relevante. Portanto, o reconhecimento turístico já é válido para serem considerados patrimônio.

Como esclarece o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), os bens culturais que são considerados imaterial integram aquelas práticas da vida social que representam saberes, ofícios e modos de fazer, as manifestações como celebrações, formas de expressões cênicas, musicais, plásticas ou lúdicas e lugares que abrigam práticas culturais coletivas como mercados, feiras e santuários. Dessa forma, a queijadinha de São Cristóvão foi inserida como patrimônio imaterial da cidade.

⁹ “Celebrada no segundo sábado e domingo da Quaresma. É uma romaria de penitência conduzindo a imagem do Senhor dos Passos pela cidade. A referida imagem foi encontrada no Porto São Francisco, no Rio Paramopama. Nada se sabe sobre a sua procedência, porém consta que trazia o endereço: "São Cristóvão de Sergipe Del Rei". Foi colocada na Igreja da Ordem Terceira do Carmo e logo os fiéis católicos voltaram-lhe especial veneração, não tardando em serem atendido, nos seus pedidos de graças, pelo que a fama de milagrosa, atribuída à imagem propagou-lhe rapidamente, ultrapassando até as fronteiras do Estado, de onde acorreram fiéis todos os anos, para pagarem promessas ou renderem homenagem ao Senhor dos Passos” (SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA E MEIO AMBIENTE DE SERGIPE, 1989, p. 51).

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), patrimônio imaterial significa

as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

Uma das principais ações promovidas pelo próprio Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), foi a mudança do local de vendas da Queijada. Dona Marieta foi realocada para um espaço localizado na Praça da Matriz, um dos pontos centrais de São Cristóvão. Estratégia que teve como intuito, dar mais visibilidade e aproximar a queijadina aos visitantes, já que a praça da matriz é próxima dos principais pontos turísticos de São Cristóvão.



Figura 5: Casa da queijada localizada na Praça da Matriz.

Figura 6: Balcão de atendimento da recepção da Casa da Queijada;

Fonte: Flávio Santana

Diante deste aspecto, é importante relacionar essas práticas como uma das ações turísticas que segundo Lucena Filho (2003, p. 115-116) “possuem importância significativa no complexo caminho da busca e da divulgação das manifestações culturais, populares que integram o rico mosaico cultural nordestino”.

Contudo, é importante destacar alguns postos-chaves que Barretto (2007) elenca e que vão servir para nortear esta análise. É importante entender que o turismo cultural se refere a comercialização da cultura, mas percebe-se que ele transforma o patrimônio em mercadoria. Mas que de certa forma obriga que cada lugar desenvolva seus produtos culturais influenciando a competitividade e conseqüentemente levando a inventar tradições e



identidades. Como consequência, o patrimônio deixa de ter valor como legado cultural e passa a ter um significado comercial.

É importante destacar que a partir do ponto de vista do folkturismo, o turismo é apontado como efeito para o fortalecimento das manifestações artísticas e esse processo possibilita que as manifestações populares possam ser vistas. A queijadinha de Dona Marieta, por ser histórica, é um dos pontos principais de São Cristóvão e é muito divulgada seja pela Prefeitura da cidade ou pelos meios de comunicação locais e até nacionais. Maciel (2011) fortalece a ideia da mediação da cultura na mídia quando diz que:

Com o crescimento do poder aquisitivo das classes mais baixas, essa categoria de produto e serviço tem ampliado seu target às classes menos favorecidas. De televisão e quadros apresentados em canal de TV aberta são apresentados, trazendo consigo uma maior divulgação e valorização da cultura (MACIEL, 2011).

Com base nos pressupostos descritos acima, é de grande valia destacar o importante papel do turismo para fortalecer a cultura popular, tendo a mídia como aliada e mediadora nesse processo. Portanto, Barreto (2005) diz que não há turismo sem folclore, nem há folclore sem mídia, ou vice-versa. "A reserva folclórica brasileira é, ainda hoje, depois do descaso, a maior do mundo e, sem dúvida, a de maior diversidade e a que melhor estabelece a ponte com o passado de mundos mortos e povos desaparecidos" (BARRETO, 2005, p. 109).

Benjamin (2007) aponta o folclore como algo universal, tradicional e principalmente regional, já que toda manifestação folclórica é localizada, tem sua própria comunidade. O que acontece muitas das vezes é o mesmo tipo de manifestação encontra-se em diversos locais, mas em sua essência possui o mesmo significado. Depende muito do local que as recriam e/ou reinterpretam contribuindo assim, para que de alguma forma se diferenciem uma das outras.

A partir disso, destaca-se a principal intensão da Folkcomunicação:

A folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridização simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (MELO, 2008, p. 25).



Dessa forma, infere-se que a mídia é a mediadora entre o turismo e a cultura popular. Assim, a segunda acaba sofrendo mudanças e que muitas vezes o turismo é capaz de incentivar aos agentes a continuarem a perpetuar as tradições culturais. Pensando nisso, Sigrist (2007) esclarece que o folclore é um dos elementos que possuem grande potencialidade cultural e atende a diversos fluxos turísticos, porém nem todas as manifestações são visibilizadas pelo turismo.

Sem dúvida, na atualidade, percebe-se que a mídia e o turismo se apropriam da cultura popular apenas por interesse comercial. Há uma enorme diferença entre dar visibilidade às manifestações culturais e se apropriar delas para vender seus produtos.

É dessa forma que a mídia funciona no Brasil, vez por outra aproveitando-se de um ou outro fato folclórico, sem qualquer compromisso didático, retirado do contexto vivencial de sua identidade, como se mais nada existisse ou devesse ser levado ao conhecimento do público. É uma relação desigual, desfavorecendo tudo aquilo que vem do povo, ou nele está mantido, como bem próprio, ou mesmo que seja emprestado, o qual já poderia requerer o "Usocapião", para legitimar séculos e mais séculos de depositário fiel, fidelíssimo, da cultura da humanidade (BARRETO, 2005, p. 113).

Portanto, como bem declara Tigreiro (2005) manifestações como festas, danças e culinária, por exemplo, não mais pertencem aos seus protagonistas. "As culturas tradicionais no mundo globalizado são também do interesse dos grupos midiáticos, de turismo, de entretenimento, das empresas de bebidas, de comidas e de tantas outras organizações sociais, culturais e econômicas" (Tigreiro, 2005).

São estas formas que, em um sentido amplo a queijadinha identifica-se como um doce típico de São Cristóvão, e uma das principais ferramentas de atratividade utilizada pelo turismo. Assim, se faz necessário perceber que esse doce por estar inserida em um contexto histórico, pode ser identificada como um componente cultural que agrega valores a cultura de São Cristóvão.

Considerações finais

Através de um estudo inicial acerca da teoria da folkcomunicação, o presente artigo propôs apontar a Queijada de Dona Marieta, como elemento folkturístico na cidade de



São Cristóvão, como estratégia para o desenvolvimento local. Inicialmente é importante destacar que esse doce é típico de Portugal e foi reformulado pelos negros na época da colonização da cidade sergipana. A partir disso, verificou-se que as influências significativas dos seus colonizadores possibilitaram que a queijada se tornasse um meio de trabalho, o qual possibilitou que muitos dos seus produtores, principalmente os negros quando foram libertos da escravidão, introduzissem essa prática como forma de sustento. Destaca-se então a queijada como um dos elementos que intensificam desenvolvimento de São Cristóvão e é um dos fatores para divulgar a cidade e a sua cultura.

Portanto, quando Gastal (2001) aponta cultura como conhecimento acumulado, é importante destacar que a culinária em si se tornou uma das principais fontes de atração turística, e que através do folkturismo, ganha visibilidade que conseqüentemente estimula aos seus praticantes a dar continuidade as manifestações culturais, afinal Dona Marieta, a mais tradicional doceira de São Cristóvão, continua perpetuando a tradição.

Diante disso, o turismo enquanto prática que busca a comercialização da cultura e inserido na visão da folkcomunicação pode trazer para São Cristóvão alguns benefícios significativos, como por exemplo, a difusão das manifestações e da culinária local. Porém, é preciso esclarecer que a relação desses dois elementos precisa, antes de mais nada, servir para preservar as manifestações e principalmente protege-las das pressões políticas e econômicas.

Infelizmente, analisando por outro lado o turismo visa a comercialização da cultura, transformando o patrimônio em mercadoria e assim seu valor passa a ter um significado comercial. Em alguns casos esses apontamentos geram conflitos, mas em outros, há a justificativa de que o turismo é um meio de manter vivas as próprias culturas dando valor ao artesanato e a venda de ingressos para possibilitar a visibilidade de certas atividades culturais.

Referências bibliográficas

BARRETO, Luiz Antônio. **Folclore – invenção e comunicação**. Aracaju: Typografia Editorial / Scortecce Editora, 2005.

BARRETTO, Margarita. **Cultura e turismo: Discussões contemporâneas**. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BENJAMIN, Roberto Emerson. Folclore. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.



- CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. 4. ed. São Paulo, SP: Global, 2011.
- CASTRO, Iná Elias de. Paisagem e turismo. De estética, nostalgia e política. In Susana Gastal (Org.) **Turismo: 9 propostas para um saber – fazer**. Porto Alegre: RS, EDIPUCRS, 2000.
- FREIRE, Felisbelo. **História de Sergipe**. 2.ed. Petrópolis, Vozes; Aracaju, Governo do Estado de Sergipe, 1977.
- FREYRE, Gilberto. **Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do nordeste do Brasil**. 5. ed., rev. São Paulo, SP: Global, 2007.
- GADINI, Sérgio Luiz. Cultura popular. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- _____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LUCENA FILHO, S. Folk turismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A.(orgs). **Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.
- MACIEL, Betânia. Folkcomunicação e desenvolvimento: uma abordagem dos estudos folkmediáticos na modernidade. **Razón y Palabra**. México, n. 77, p. 5. Ago-Out . 2011.
- MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- OLIVEIRA, Diney Adriana Nogueira de. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A.(orgs). **Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.
- SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Traduzido por Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003.
- SERGIPE. SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA E MEIO AMBIENTE. **Aspectos históricos, artísticos, culturais e sociais da cidade de São Cristóvão**. Aracaju: SECMA, 1989.
- SIGRIST, Marlei. Folkcomunicação turística. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.
- SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer**. São Paulo: Aleph, 2004.
- TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos**. Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares, fev./ 2005 em Brasília–DF. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.pdf>.